

ONLINE MERKATARITZA

Online erosketekin batera gehitu diren itzulketak, negozio erraldoiaren ahulgune

📁 JENDARTEA / GAUR8

Azken hamar urteetan, merkataritza elektronikoa-ren edo *e-commerce* delakoaren bolumena %400 baino gehiago handitu da Estatu espainolean. Azken bost urte hauetan bikoiztu egin da, pandemiak eta erosteko ohitura berriek esponentzialki haztea eragin baitute. Baina erosketa gehiagok itzulketa gehiago ere esan nahi dute. Kalkulatzen da online erosketa guztien %30 itzuli egiten direla. Hartara, bezeroen itzulketen kudeaketa benetako buruhaustea bihurtu da merkataritza elektronikoko plataforma askorentzat. UOC Kataluniako Unibertsitate Irekiko Ekonomia eta Enpresa Ikasketetako irakasle den Cristian Castilloren hitzetan, «alderantzizko logistikaren kostua online denda baten fakturazioaren %4 ere izan daiteke».

Berez lepo dauden saltoki handietan –amaierarik ez dutela diruditen produktuez betetako apalategiak dituztenetan– pilatzen dira itzulketak. Horrek lekualdatze eta kudeaketa gastuak dakartza. Garraio kostuak entrega kostuak baino bi aldiz handiagoak izaten dira. Eta horri kudeaketa logistikoaren kostuak gehitu behar. Itzulitako produktu horiek biltegietara iristen direnean ezin dira zuzenean kokatu, horiek egiaztatze eta ondoren saltzeko egokiak diren egiaztatze-ko langileak behar dira. Ondorioz, prozesu horiek batzuetan produktuarenak baino kostu handiagoa izan dezakete. «Plataforma handien kasuan, fabrikatzaileari itzultzeak gastu erantsi bat gehiago dakar; beraz, kasu gehienetan, itzulita-

Azken hamarkadan online erosketak %400 baino gehiago hazi dira. Gainera, lehendik zetorren joera areagotu egin du pandemiak. Erosketekin batera itzulketak ere gehitu egin dira. Kontsumitzaileak doako itzulketak erabat barneratu ditu, baina merkataritza elektronikoa-ren erraldioentzat galera eta arazo iturri bihurtu da joera hori. Aldaketak hasi dira igartzen.



ko artikulu horiek biltegian geratzen dira, suntsitzeko zain», azaldu du adituak.

ITZULKETEN OLDEA

Egoera horren aurrean, merkataritza elektronikoko enpresak beste bide batzuk erabiltzen hasi dira itzulketa horiek «gai-netik kentzeko»; adibidez, paletak birsaltzea. «Merkataritza elektronikoko plataforma handiek kudeaketa hori birpentsatu dute; horrela, produktua itzuli ondoren, berriro salgai jarri ezin direnak, suntsitu beharrean, bigarren mailako kanal batean saltzen dira, non erosten duenak produktua itzulketa bat dela onartzen duen eta agian egoera ezin hobe-ean ez egotea onartzen duen», azaldu du Castillok.

Kutxaz betetako paletak jartzen dira enkantean, “Amazon returns” edo “Direct Liquidation” plataformetan sorta gisa erosten direnak. Webgune horietan, paletan dagoen produktu motaren deskribapen orokorra egiten da (arropa, etxetresna elektrikoak, jostailuak, etab.), eta enkantean jarri. Enkantean, eskaintza altuena eskaintzen duen erosleak (enpresak edo partikularrak) etxean jasotzen du lotea, eta saltzen duen enpresak eta lehen saltzaileak ez dute produktuen egoeraren edo originaltasunaren ardura hartzen. Oraingoz, itzulketen bideo horiek joera dira YouTube-n. Lote horiek interesdun asko dituzte, nahiz eta kasu askotan itsumustuan egindako erosketa izan.

«Prezioak eroslea konpentsatzen du, zalantzarik gabe. Lote batean egoera onean dauden produktuak egongo dira eta beste batzuetan ez hainbeste, baina loteagatik ordaintzen den prezioa ekonomikoa da.

Eta ordaintzen den prezioaren arabera, birsalmenta errentagarria izan daiteke», gaineratu du Neus Soler UOCeko Ekonomia eta Enpresa Ikasketetako irakasle laguntzaileak.

Merkataritza elektronikoko erraldoientzat, diru sarrerak sortzeko bide bihurtu da, irabaziak baino gastu gehiago zekartzan egoera batetik ateratzeko modua. «Alderdi ekonomikoari dagokionez, hau alternatiba bat da kasu askotan suntsituak izaten ziren produktu batzuekin diru sarrerak izateko. Aukera ona da produktu horiek berriro zirkulazioan jartzeko eta ingurumen inpaktua murrizteko», dio Castillok.

DIRUA BUELTATU ITZULKETARIK GABE

Beste bide bat bezeroari dirua bueltatzea da, baina produktuaren itzulketa egin behar gabe. Amazon edo Walmart adibidez dagoeneko praktikan jartzen ari dira bide hori, garraio eta logistika kostuak ez ordaintzeko. «Itzultzen den produktua zenbateko txikikoa bada, onura bikoitza dakar enpresarentzat: alde batetik, garraio kostuak eta itzulketaren kudeaketa aurrezte, ez baita errentagarria produktua berreskuratzea. Bestetik, bezeroaren erabateko gogobetetzea; izan ere, bezeroak oparia jasotzen du, eta, gainera, itzulera kudeatu behar izatetik askatzen da», azaldu du Solerrek. Hala ere, ohartarazi duenez, «enpresak kontrolatu egin beharko du egoera hori puntuala dela, ez dela beti gertatzen. Bestela, inongo enpresarentzat interesgarria ez den harremana sortuko bailitzateke bezero horiekin».

Badirudi *e-commerce* erraldoientzat doako itzulketa poli-



Alboko orrialdean, kontsumitzaile bat online erosketara bat egiten. Lerro hauen gainean, merkataritza elektronikoko erraldoi baten biltegia.
GAUR8

tikak ahulguneak direla. «Neurri batean, hatzak harrapatu dituzte, inolako irizpiderik gabe eginda kostu handia eragiten baitiete merkataritza elektronikoko enpresei eta ingurumenari», dio Castillok. Baina zaila dirudi hori aldatzea, erabiltzaileek erabat berratu baitute itzulketa gasturik gabe erostea. Izan ere, Cetelem 2021 Behatokiaren arabera, itzulketa bat egiteagatik ordaintzea online erosketaren

bigarren alderdirik negatiboa da. «Pandemian zehar, enpresek doako itzulketak planteatu zituzten erosketara sustatzeko formula gisa, online eta kanal horretara ohituta ez zeuden bezero motetan erosteko zailagoak ziren produktuak erosten zirelako», adierazi du Solerrek. «Baina orain bezeroak online erosketaren alderdi propio gisa erabiltzen du eta ulertzen du, hau da, bitarteko horren elementu inplizitu gisa. Eta, jakina, proposamena ulertzeko modu horrek kalte egiten die enpresei».

Bide beretik, Castillok gaineratu du «covid-19aren krisiak merkataritza elektronikoen ereduaren eraldatzea eragin zuela. Kontsumitzaile garen aldetik, 24 ordu baino gutxiagoan gure etxean online egindako erosketak jasotzera ohitu gara, baina horrek aldatu egin behar du».

Beste bide bat bezeroari dirua bueltatzea da, baina produktuaren itzulketa egin behar gabe. Amazon edo Walmart adibidez dagoeneko praktikan jartzen ari dira bide hori

Covid-19aren krisiak online merkataritzaren ereduaren eraldatu du. Kontsumitzaile garen aldetik, 24 ordu baino gutxiagoan gure etxean online egindako erosketak jasotzera ohitu gara

Adituok uste dute egungo itzulketa politikak aldatu egin behar direla, doako eta mugarik gabeko itzulketek egunak zenbatuta izan beharko lituzketela. «Beharrezkoa da, bezero bakoitzaren esperientziaren arabera, itzultzeko aukerak pertsonalizatzea. Makrodatuen erabilerarekin, adibidez, urteko portzentaje bat ezar daiteke, bezeroak itzulketetan edo itzulketen zenbatekoan gaindi ezin dezakeena, eta, hori gindituz gero, enpresak aukera izan behar du haren erabilera mugatzeko edo deskontuak ez aplikatzeko».

Amazon, adibidez, hasia da itzulketa gehiegi egiten dituzten bezeroei kontuak kentzen. «Arazoa mugatzeko eta bezeroak hezteko eta bezeroen zorroa onbideratzeko modu bat da hau, errentagarriak direnekin geratzea eta galerak sortzen dituztenak alde batera uztea», azaldu du Solerrek. «Amazon bezalako enpresa batek bakarrik gidatu dezake horrelako ekimen bat, merkatu kuota oso zabala eta ia lehiarik gabea duena».

Adituek argi dute doako itzulketak ezabatzen dituen lehenak galdu egingo duela. «Politika hori enpresa bakar batek jarraitzen badu, oso litekeena da kontsumitzaileek zigorra ezartzea, haren produktuak erosteari utzita», ohartarazi du Castillok. Izan ere, Klarnaren ikerketa baten arabera, onlineko hamar erosletik zortzik bizkarra eman izan diote txikizkari bati itzulketa batean esperientzia txarra izan ondoren. Hori dela eta, itzulketa politika berri horiekin batera, administrazio arauketa bat egin behar dela nabarmendu dute adituek, «enpresa guztiek berdin jardun behar izateko».